



Naročilnico lahko pošljete:  
• po e-pošti: narocila@zfm.si  
• po pošti: Založba Forum Media d.o.o., Prešernova ulica 1, 2000 Maribor  
• ali nas pokličite na telefonsko številko 02 250 18 00

**NAROČILNICA**

10504/1/805001

Da, naročam kos(ov) izdelka: **BRAND MANAGER/VODJA BLAGOVNIH ZNAMK**

Cena: **890,00 €** (DDV ni vključen v ceno)

Uporabnik digitalnih vsebin (ime in priimek)	E-naslov uporabnika digitalnih vsebin	Da	Ne
Naziv organizacije	Davčna številka	Davčni zavezanec	
Naslov za dostavo	Naslov za izdajo računa	E-naslov za E-račun	
Kontaktna oseba (ime in priimek)	Funkcija	GSM/Telefon	E-naslov
Datum, podpis, žig			

#### Splošni pogoji

##### IZOBRAŽEVALNI PROGRAMI

Kotizacijo je po prejemu predračuna treba poravnati najmanj tri dni pred izvedbo programa. Za proračunske porabnike veljajo plačilni pogoji v skladu z zakonodajo o javnih plačilih. Pisna odpoved udeležbe je mogoča do deset delovnih dni pred izvedbo programa, pri čemer vam zaračunamo stroške administracije v višini 20 % kotizacije; v primeru kasnejše odjave vam kotizacijo zaračunamo v celoti. Lahko pa se programa udeleži drug udeleženeec. Odpoved udeležbe zaradi bolezni je mogoča le s predloženim zdravniškim potrdilom. Pridržujemo si pravico do odpovedi - v tem primeru kotizacijo povrnemo v celoti. S pisno prijavo na izobraževanje sprejemate ta določila in splošne pogoje.

Da, kot kontaktna oseba podajam privolitev za obdelavo osebnih podatkov.

Založba Forum Media d.o.o., Prešernova 1, Maribor stremi k najvišjim standardom varstva osebnih podatkov, ki jih obdeluje le, če vi to izrecno dovolite. Vabimo vas, da podate privolitev za obdelavo vaših podatkov na spodnjem obrazcu in si s tem zagotovite, da boste sproti obveščeni o vseh zakonskih novostih in izobraževalnih dogodkih ter da boste lahko izkoristili druge ugodnosti ki vam jih ponuja Založba Forum Media. Soglašam, da Založba Forum Media d.o.o., Prešernova 1, Maribor (odslej: družba), moje zgoraj posredovane podatke obdeluje za potrebe obveščanja o novostih in za potrebe neposrednega trženja njihovih produktov oziroma storitev (priročniki, knjige, izobraževanja in ostalo). Ob tem sem seznanjen/-a, da:

- lahko pooblaščen osebo za varstvo osebnih podatkov pri družbi kontaktiram preko e-naslova: dpo@zfm.si;
- osebni podatki ne bodo obdelovani za noben drug namen, kot navedeno zgoraj, in se bodo po prenehanju namena izbrisali;
- osebni podatki ne bodo posredovani tretjim osebam razen tistim uporabnikom, ki imajo za to podlago v zakonu, pogodbi ali izkažejo drugo pravno podlago;
- imam po zakonu pravico od družbe zahtevati dostop do podatkov, njihov popravek, izbris ali omejitev obdelave ter pravico vložiti ugovor zoper obdelavo osebnih podatkov in zahtevo za prenos osebnih podatkov. Navedene pravice lahko uveljavljam z zahtevo, poslano na (elektronski) naslov: dpo@zfm.si;
- lahko osebne podatke iz zbirke družbe za v privolitvi naveden namen obdelujejo tudi pogodbeni partnerji, s katerimi ima družba sklenjene pogodbe o obdelovanju osebnih podatkov in ki hkrati lahko zagotavljajo ustrezno visoko raven varstva osebnih podatkov;
- lahko pri nadzornem organu (Informacijski pooblaščenec RS) vložim pritožbo, če obdelava osebnih podatkov ne bi bila skladna s predpisi;
- se promocijska sporočila lahko posredujejo v okviru segmentiranega neposrednega trženja, kar lahko vključuje tudi oblikovanje profilov za zagotovitev, da se pošiljajo takšne informacije, ki so na podlagi analize mojih aktivnosti in zanimanj v največji možni meri prilagojene mojim potrebam in interesom;
- več informacij o varstvu osebnih podatkov v družbi lahko pridobim v »Pravilih o varstvu osebnih podatkov družbe«, dostopnih na [www.zfm.si](http://www.zfm.si).

# BRAND MANAGER/VODJA BLAGOVNIH ZNAMK

## PRODUCT DESCRIPTION

### Kakšna je v trenutnih razmerah vaša vloga kot brand manager?

---

**Apple, Coca-Cola, BMW, Pampers, Nike ...** Za največjimi mednarodnimi blagovnimi znamkami stojijo premišljena strategija in številne menedžerske, tržne ter prodajne aktivnosti.

Kot brand manager morate biti vsestranski: odličen **strateg, analitik, vodja, kreativec, komunikator, prodajnik**. Ker lahko znamke v tako spremenljivih časih hitro pridobijo lojalne stranke (ali jih izgubijo), je tako zelo pomembno **aktivno in pravilno komuniciranje s trgovom**.

V interaktivnem online programu v živo nadgradite svoja znanja, kompetence in izmenjajte izkušnje iz prakse.

---

### Izobraževanje sestavlja šest modulov:

- 3 interaktivne online delavnice v živo,
- knjiga,
- video seminar,
- interaktivni e-seminar

**CERTIFIKAT Brand Manager/vodja blagovnih znamk:** ob koncu programa boste opravili preverjanje znanja in kot potrdilo o strokovni usposobljenosti prejeli certifikat v slovenščini in angleščini.

---

### Mnenja udeležencev:

»Izredno pomembna tematika za poslovni uspeh. Vsebuje znanja in veščine, katerih kronično primanjkuje v slovenskem podjetništvu.«

»Ob tej priložnosti bi se vam želela ponovno zahvaliti in vam čestitati za strokoven, zanimiv in dinamičen izobraževalni program s strokovnimi predavatelji in z odlično izvedbo. Teme so bile zelo zanimive in uporabne, predvsem pa mi je bilo všeč, da imajo vsi predavatelji dolgoletno prakso v gospodarstvu in so nam podali konkretne primere in napotke ter številne podatke in informacije iz slovenskega prostora. Edina negativna lastnost, če temu lahko tako rečem, je ta, da so bila predavanja tako zanimiva, da so prehitro minila. Tudi vsebini interaktivnega e-seminarja in videoseminarja sta bili zanimivi in uporabni uporabni.«

Marinela Veškovo

- Tematsko obarvana srečanja bodo potekala v obliki treh intenzivnih interaktivnih online delavnic v živo. Zaradi omejenega števila udeležencev delavnice omogočajo učinkovitejše delo, odprto komunikacijo s predavatelji in izmenjavo izkušenj s kolegi iz stroke.
- Delavnice trajajo 3 pedagoške ure. Podrobno se boste spoznali s tematiko in dobili odgovore na vprašanja, ki se vam porajajo v praksi. Vsa seminarska gradiva in dostop do video seminarja boste imeli na voljo v spletni učilnici.
- Knjiga, interaktivni e-seminar in video seminar so namenjeni samostojnemu študiju, s katerim boste osvojili dodatna znanja in veščine, pomembne za vaše delo. Podatke za dostop boste prejeli po elektronski pošti, omogočajo pa vam vpogled v pomembne tematike ob času, ki si ga lahko sami izberete – brez potnih stroškov in odsotnosti z delovnega mesta.
- Dostop do interaktivnega e-seminarja in video seminarja boste imeli omogočen v obdobju trajanja izobraževalnega programa.
- Ob koncu programa vas bo v spletni učilnici čakal test preverjanja znanja (tip izbiranja pravih odgovorov).
- V primeru uspešno opravljenega preverjanja znanja boste prejeli certifikat Brand Manager / Vodja blagovnih znamk v slovenščini in angleščini kot potrdilo o uspešno zaključenem izobraževalnem programu.

**Program je namenjen:** brand managerjem/vodjem oz. skrbnikom blagovnih znamk, produktnim managerjem, sodelavcem v marketingu, organizatorjem projektov, vodjem in vsem, ki jih tematika zanima.

- **Postavili boste močno strategijo blagovne znamke (BZ):** cilji podjetja in BZ, tipi tržnih raziskav in metodologije, cenovna politika, upravljanje odnosov s strankami, segmentacija, lean metode za iskanje priložnosti ...
- **Zastavili boste finančno utemeljen program integrirane tržne komunikacije:** zgodba BZ, pozicioniranje, notranji branding, izbor orodij komuniciranja in tržnih kanalov, vključitev porabnikov, oglaševalski budžet ...
- **Spoznali boste sodobne pristope izgradnje močnih blagovnih znamk:** startup branding lijak – močno in preverjeno orodje za razumevanje, razvoj, uvajanje in vzdrževanje BZ ...
- **Vedeli boste, kako s spletnim marketingom povečati prodajo:** splet kot prodajni kanal, trženje preko Googla in Facebooka, merjenje učinkovitosti marketinških aktivnosti, e-mail marketing in pridobivanje dovoljenj ...
- **Izmenjali boste izkušnje:** družili se boste s kolegicami in kolegi iz stroke ter razširili krog poznanstev.

---

**Pomembno: Online izobraževanja v živo** spremljate preko lastnega računalnika, zato **vam ni treba zapuščati doma oz. delovnega mesta.**

**Manjše skupine** zagotavljajo **nemoten pogovor ter zastavljanje vprašanj** (toplo priporočamo vklop kamere in

mikrofona, lahko pa sodelujete tudi pisno skozi chat).

Če želite, nam **morebitna vprašanja oz. dileme lahko sporočite tudi že vnaprej**, in poskrbeli bomo, da boste tekom izobraževanja prejeli kar najbolj koristne odgovore in pojasnila! Pišite na: [nada.bicman@zfm.si](mailto:nada.bicman@zfm.si)

## Vsebina

Knjiga: Startup branding funnel

- Kako razumeti blagovne znamke z vidika porabnika in podjetnika z namenom ustvarjanja edinstvenih odnosov med njima.
- Kako ustvariti in komunicirati zgodbo blagovne znamke, ki ustvarja tesne odnose med porabniki in blagovno znamko.
- Kako poiskati izdelek, ki se prilega trgu/ciljni skupini ter ga nadgraditi v blagovno znamko, ki nudi ciljnemu porabniku edinstveno izkušnjo.
- Kako uporabljati Startup branding lijak za sistematično iskanje odgovorov po posameznih sestavnih delih lijaka.
- Kako so k izgradnji uspešnih blagovnih znamk pristopali soustvarjalci knjige (kot npr. BellaBeat, FlyKly, Celtra, 4thOffice) in ostali uspešni startupi (kot npr. Buffer, Zappos)

Interaktivna online delavnica v živo: Strateško upravljanje blagovnih znamk

- Pomen oglaševanja v času digitalnih hipermedijev
- Nastanek, lansiranje, rast in vzdrževanje blagovne znamke ter ujemanje produkta s potrebo
- Vloga blagovne znamke pri uresničevanju ciljev podjetja ter njen vpliv na poslovne rezultate
- Analiza danosti v podjetju in priložnosti na trgu, tržno raziskovanje, tipi raziskav in ključne metodologije, SWOT analiza, segmentacija, pomen zvestih strank za znamko
- Postavitev strategije blagovne znamke na osnovi razumevanja položaja, določanje cenovne politike, prodajnih kanalov, promocija in upravljanje odnosov s strankami
- Pomen pozitivne povratne zanke za rast podjetja, upravljanje na podlagi pravih in pravočasnih informacij, lean metode za iskanje priložnosti po vzoru startup podjetij, hitrost vstopa na trg
- Delo z agencijami, pridobitev kakovostnih rešitev, pogajanja z mediji, nadzor nad medijsko porabo in doseganje učinkov

Trajanje: od 9.00 do 12.15

Interaktivni e-seminar: Time management

Koraki do uspešnega obvladovanja številčnih aktivnosti:

- Upravljajte čas – ne on vas
- Doseganje ciljev – začnite takoj
- Priprava prožnega urnika
- Vzpostavljanje ravnovesja med poklicnim, družinskim in osebnim življenjem

Dostop do interaktivnega seminarja prejmete po elektronski pošti.

Interaktivna online delavnica v živo: Zgodba blagovne znamke in integrirana tržna komunikacija

- Razumevanje in uporaba branding lijaka pri izgradnji in vzdrževanju močnih blagovnih znamk
- Pomen in spremenjeni poudarki pri managiranju in trženju blagovnih znamk v času epidemije
- Izgradnja identitete oz. zgodbe blagovne znamke in njena navezava na vidne elemente blagovne znamke
- Pozicioniranje blagovne znamke v primerjavi s konkurenco
- Notranji branding: Razumevanje blagovne znamke znotraj podjetja in sodelovanje z drugimi oddelki v podjetju (strateški marketing, prodaja, razvoj, nabava, finance... )
- Izzivi notranjega brandinga v času dela od doma oz. kombiniranega načina dela
- Izbor orodij komuniciranja, priprava kreativnih rešitev, določitev moči komuniciranja, določitev pričakovanih ciljev
- Digitalno in klasično komuniciranje, souporaba najboljšega iz obeh svetov ter njuno prilagajanje v času epidemije
- Izbor tržnih kanalov glede na spremenjene nakupne navade ciljne skupine ter komunikacijo
- Kako vključiti porabnike k ustvarjanju in sooblikovanju blagovne znamke: etnografija, netnografija, intervjuji, vprašalniki
- Zaznavanje blagovne znamke pri porabnikih: ovrednotenje premoženja v očeh porabnikov (zavedanje, podoba, zaznana kakovost, zvestoba) in asociativni mrežni modeli
- Finančni vidik obvladovanja blagovne znamke – spremljanje doseganja ciljne prodaje, oglaševalski budžet ipd.

Trajanje: od 9.00 do 12.15

Video seminar: Veščine vodenja in organizacije

- Trije sklopi video izobraževanja, dobre in slabe prakse
  - Neorganizirani vodja I
  - Neorganizirani vodja II
  - Organizirani vodja

Interaktivna online delavnica v živo: Povečanje prodaje z digitalnim marketingom

- Kako se lotiti spletnega marketinga – kateri recept je pravi
- Kako določimo budget , ki je namenjen spletnemu oglaševanju
- Oglaševanje, izbor ciljnih skupin, načrtovanje prodajnega lijaka
- Najbolj učinkoviti kanali internetnega marketinga
- Iskalni marketing, organski proti plačanemu prometu, Google Ads vs. SEO
- Družabna omrežja in vzpostavitev prisotnosti na raznih družbenih omrežjih (Twitter, LinkedIn, Instagram)
- Kako povečati prodajo s Facebook-om, kaj deluje in kaj ne deluje
- Izzivi e-mail marketinga in kako ustvariti profitabilen prodajni kanal
- Katere so največje napake awareness kampanj pri display oglaševanju
- Sodelovanje z agencijami za digitalni marketing in kakšna poročila moramo zahtevati od agencij
- Kateri so bistveni kazalniki za merjenje marketinških aktivnosti na spletu
- Kako optimizirati marketinški budžet ter oglasne akcije za povečanje profitabilnosti

Trajanje: od 9.00 do 12.15

Zaključek usposabljanja: preverjanje znanja in prejem certifikata

Preverjanje znanja (test rešite v spletni učilnici) in prejem certifikata Brand Manager/Vodja blagovnih znamk

#### **AVTORJI**

#### **dr. Maja Konečnik Ruzzier**

Dr. Maja Konečnik Ruzzier je redna profesorica trženja na ljubljanski Ekonomski fakulteti, kjer je doktorirala s področja premoženja blagovnih znamk. Sodelovala je pri več svetovalnih in raziskovalnih projektih, med vidnejšimi je projekt izgradnje znamke Slovenije »I feel Slovenia«, ki je tudi mednarodno zelo uspešen in

prepoznaven. Podjetjem pomaga preko izobraževanja ter njihovega strateškega pogleda razvijati pozicijo blagovnih znamk na trgu.

### **dr. Mitja Ruzzier**

Dr. Mitja Ruzzier je profesor podjetništva na Univerzi na Primorskem. Glavne teme raziskovanja in svetovanja so podjetništvo, mednarodno poslovanje, inovativnost, blagovne znamke in internacionalizacija podjetij. V sklopu navedenih tem je izvedel več strokovnih seminarjev, ter objavil več znanstvenih prispevkov in knjig pri domačih in tujih znanstvenih revijah in založbah. Sodeloval oziroma vodil je vrsto domačih in tujih raziskovalnih in svetovalnih projektov. Pri tem ga odlikujejo praktične izkušnje in delo v gospodarstvu, ki mu omogočajo razumevanje različnih perspektiv in učinkovit način dela. Znanje posreduje študentom v okviru predmetov s področja podjetništva in mednarodnega poslovanja doma in v tujini (Italiji, Avstriji, Norveški, Hrvaški in Avstraliji). Odličnost v znanstvenoraziskovalnem delu, podjetniški način razmišljanja, delovne izkušnje v praksi, mednarodna izpostavitve in interdisciplinarnost delovanja so značilnosti, ki se kažejo v njegovem večplastnem delovanju ter poslanstvu povezovanja znanosti in poslovne sfere.

### **Gregor Cuzak**

Gregor Cuzak se ukvarja z marketingom, pri čemer daje poudarek financam. Kariero je pričel v oglaševanju (1996), nato je soustanovil startup (2006), nato pa je postal samostojen svetovalec za marketing (2012). Posebnost njegovega dela je vnašanje številke v nepredvidljivi svet marketinga, bodisi pri načrtovanju donosov iz investicij v posamične marketinške kampanje (ROMI), do celovitih poslovnih načrtov. O tem tudi občasno predava. Njegove reference so: MayerMcCann, iTivi, Tuš, mimovrste=), NIL, Marand, IEV, Simbioza.

### **Polona Zupančič**

Polona Zupančič ima bogate izkušnje pri vodenju interaktivnih delavnic komunikacije, ki vodijo k boljšim odnosom na delovnem mestu in s poslovnimi partnerji. Vsak udeleženec se znajde na neki točki osebne rasti, kjer dobi veliko uporabnih idej, kako izboljšati svojo čustveno inteligentnost v svojem vedenju, ki vodi k želenim spremembam. Na Gea Collegu poučuje Poslovno komuniciranje, Prodajo in Nabavo; v letu 2019 so jo študenti imenovali za najboljšo predavateljico leta. Je tudi soavtorica naših priročnikov poslovne komunikacije, vodenja in nabavnega poslovanja. V prostem času uči jogo, rada se potepa po svetu, veliko bere in ljubi življenje.

### **Radoš Skrt**

Mag. Radoš Skrt je lastnik največjega slovenskega portala s področja internet marketinga – Nasvet.com. Trenutno je zaposlen kot direktor internet projektov v podjetju Studio Moderna. Rezultat njegovega že več kot 10-letnega preučevanja teoretičnih in praktičnih vidikov internet marketinga je več kot 170 objavljenih člankov v različnih dnevnikih in revijah. Radoš Skrt je redni predavatelj na seminarjih in konferencah, ki obravnavajo tematiko internetnega marketinga. Veliko izkušenj si je nabral tudi s svetovalnim delom ter z večjim številom uspešno izpeljanih projektov na področju optimizacije spletnih strani.

### **SPLOŠNI POGOJI**

#### **IZOBRAŽEVALNI PROGRAMI**

Kotizacijo je po prejemu predračuna treba poravnati najmanj tri dni pred izvedbo programa. Za proračunske porabnike veljajo plačilni pogoji v skladu z zakonodajo o javnih plačilih. Pisna odpoved udeležbe je mogoča do deset delovnih dni pred izvedbo programa, pri čemer vam zaračunamo stroške administracije v višini 20 % kotizacije; v primeru kasnejše odjave vam kotizacijo zaračunamo v celoti. Lahko pa se programa udeleži drug udeleženec. Odpoved udeležbe zaradi bolezni je mogoča le s predloženim zdravniškim potrdilom. Pridržujemo si pravico do odpovedi – v tem primeru kotizacijo povrnemo v celoti. S pisno prijavo na izobraževanje sprejemate ta določila in splošne pogoje.